



平成17年10月27日

会社名 三井ホーム株式会社  
代表者名 代表取締役社長 中村 良二  
(コード番号 1868 東証第一部)

「QUALITY × DESIGN 100」  
－ 品質とデザインのパワーブランドグループを目指して －  
三井ホームグループ中期経営計画策定について

三井ホームグループは2002年3月に経営構造改革を発表し、グループ全体での「経営資源の最適配分」「グループ各社の役割・責任の明確化」「経営のスピード化」などの改革を推進した結果、2004年度において全グループ会社が営業利益黒字化を達成しました。

2004年10月には創立30周年を迎え、基本性能・建物品質・業務品質の高さを基盤とし、優れたデザイン力をもってお客様満足度の高い住まいを提供し続けることを目指すべく、新コミュニケーションワード『QUALITY × DESIGN』を設定しました。

このたび、経営構造改革の成果をベースに、2010年度に連結営業利益100億円の達成に向けて、2006年度から2008年度を対象とした『中期経営計画－QUALITY × DESIGN 100－』を策定いたしましたので、中間決算短信と併せてお知らせいたします。

当社グループは、当中期経営計画を通して、今後ますます多様化し変化するマーケットに柔軟に対応できる優れた企業グループとなることを目指すとともに、既存住宅・事業用建物を対象としたストック活用ビジネスモデルの拡大や、三井不動産グループ各社とのシナジー強化などを積極的に推進し、事業領域の拡大を図ります。

中期経営計画の概要は以下のとおりです。

## 1. 経営構造改革の成果

経営構造改革の重点期間に実施した諸施策により、グループ全体の収益基盤整備が完了しました。

(1) 2001年度(平成13年度)・2004年度(平成16年度)連結業績比較

	2001年度 実績	2004年度 実績	増減
連結 売上高	216,934 <sup>百万円</sup>	223,592 <sup>百万円</sup>	6,658 <sup>百万円</sup>
連結営業利益 (率)	△5,559 <sup>百万円</sup> (△2.6%)	4,097 <sup>百万円</sup> (1.8%)	9,656 <sup>百万円</sup>
連結経常利益 (率)	△5,630 <sup>百万円</sup> (△2.6%)	4,426 <sup>百万円</sup> (2.0%)	10,056 <sup>百万円</sup>

(2) 主な成果は

- ① 全グループ会社で営業利益黒字化達成
- ② 組織・機能の集約化
- ③ グループ各社の役割・責任の明確化
- ④ F C会社の再編・整理
- ⑤ 直接原価・間接経費の大幅削減
- ⑥ C Sの向上

## 2. 三井ホームグループ経営ビジョン

三井ホームグループは

- ・日本の住文化、住生活の進歩向上に寄与します。
- ・お客様の継続的な満足を第一義として、ブランド価値向上に努めます。
- ・住宅市場における「三井ホームグループ」の強みを明確化し、競争力を強化することにより収益の向上を図ります。

以上により企業価値を高めてまいります。

## 3. 連結数値目標

	2004 年度実績	2005 年度計画	2008 年度目標	2010 年度目標
連結売上高	223,592 百万円	230,000 百万円	260,000 百万円	280,000 百万円
連結営業利益 (率)	4,097 百万円 (1.8%)	4,500 百万円 (2.0%)	8,000 百万円 (3.1%)	10,000 百万円 (3.6%)

事業別セグメント数値目標

(金額単位: 百万円)

		2004 年度 実績	2005 年度 計画	2008 年度 目標	増 減 (05-08)
建築請負事業	売上高	189,418	193,000	211,000	18,000
	営業利益 (率)	4,763 (2.5%)	5,300 (2.7%)	8,350 (4.0%)	3,050
住宅部資材 加工・販売事業 (商品販売事業)	売上高	20,416	21,800	28,000	6,200
	営業利益 (率)	787 (3.9%)	800 (3.7%)	1,100 (3.9%)	300
金融・リース事業	売上高	1,901	1,700	1,700	-
	営業利益 (率)	172 (9.0%)	100 (5.9%)	150 (8.8%)	50
その他の事業	売上高	11,856	13,500	19,300	5,800
	営業利益 (率)	1,097 (9.3%)	1,100 (8.1%)	1,400 (7.3%)	300
全社・消去	売上高	-	-	-	-
	営業利益 (率)	△2,723	△2,800	△3,000	△200
合 計	売上高	223,592	230,000	260,000	30,000
	営業利益	4,097	4,500	8,000	3,500
	(率)	(1.8%)	(2.0%)	(3.1%)	

## 4. 中期経営計画 基本戦略

### (1) グループ経営の進化 –ストック事業の拡大–

○フロー中心の事業展開から、ストック関連事業の拡大を目指します。

＊フロー事業：新たな住宅・建物を建築する事業（関連事業を含む）

ストック事業：既存の住宅・建物を活用する事業（関連事業を含む）

### (2) 三井不動産グループとのシナジーの強化

○三井不動産グループの豊富なストック資源に対するビジネスチャンスの拡大に向け、同社グループ各社との提携の強化を図ります。

＊三井不動産販売（三井のリハウス）・三井不動産住宅サービス・三井不動産ビルマネジメント など

### (3) 三井ホームグループ各社の事業範囲を一般マーケットへ拡大

○これまで注文住宅請負事業のバリューチェーンを構成していた当社グループ各社の事業領域について、各社の一層の成長を目指し一般市場への拡大を図ります。

### (4) 三井ホームの選択と集中

○専用住宅事業を中心に経営資源の選択と集中を図ります。

## 5. 事業別戦略

### (1) 専用住宅事業（三井ホーム・F C会社）

売上高目標 1,312 億円（2005 年度） ⇒ 1,377 億円（2008 年度）

- ① 経営資源を首都圏に重点配分し、営業体制（営業人員・モデルハウス展開など）の整備・拡充を実施します。
- ② ボリュームゾーン（2,000 万円～3,000 万円 価格帯）の受注量拡大を目指します。
  - ・受注実績が増加している「マイレーヴ」の販売力を更に強化します。
  - ・用地専任担当者を配備して用地情報力を向上させ、一次取得ニーズに対する用地型営業を強化します。
- ③ 高額受注の更なる強化を図ります。
  - ・デザインコレクション商品の継続的な開発を通じて、高級ブランドの一層の強化を図ります。
  - ・建築家とインテリアコーディネーターを活用した家づくりセミナーを継続します。
  - ・取次・紹介などモデルハウス以外の情報源の強化を図ります。
  - ・建替え・二世帯・3階建てなどの付加価値営業を強化します。
  - ・防火エリア内におけるツーバイフォーの耐火建築の受注拡大を図ります。
- ④ 設計・生産・施工の更なる効率化を図ります。
  - ・業務の進め方を見直し、業務効率の向上、生産・施工の平準化を図ります。

(2) 事業用建築事業 (三井ホーム・FC会社・三井デザインテック)

売上高目標 420 億円 (2005 年度) ⇒ 453 億円 (2008 年度)

《賃貸・非専用住宅受注》

- ① 敷地対応力が高く、低価格家賃に対応する賃貸住宅商品「プロパティ・プライムコート」の販売を強化します。
- ② 三井ホームエステートの賃貸管理事業エリアを拡大します。
- ③ 豊富な実績を持つ医院建築の受注について、グループ内でのノウハウの共有と連携を強化し、グループ全体での受注量拡大を目指します。

《オフィス・商業施設関連工事》

- ① これまでの実績を基に、三井不動産および各テナントからの受注拡大を図ります。
- ② 市場が急拡大しつつあるファンド物件への営業を強化します。
- ③ アパレル等商業施設、ホテル・医院分野の営業拡大とノウハウの蓄積を図ります。

(3) リフォーム事業 (三井ホームリモデリング・三井ホーム・FC会社・三井ホームエステート)

売上高目標 198 億円 (2005 年度) ⇒ 280 億円 (2008 年度)

売上取扱高目標 268 億円 (2005 年度) ⇒ 377 億円 (2008 年度)

三井ホーム引渡し顧客からの受注について、更に効率を上げ継続的に拡大させるとともに、確立しつつある「三井のリフォーム」ブランドを基に、今後需要の増加が見込まれる一般マーケットにおける受注拡大に向け注力します。

- ① 三井不動産グループ会社との提携強化により、マンションリフォームの受注拡大を図ります。
  - ・豊富なマンション・賃貸住宅ストックへのアプローチを強化します。
  - ・マンション向けパック商品を導入し受注量の拡大を図ります。
- ② 一般企業との協力関係構築を推進します。
  - ・流通業界 (百貨店等)・金融機関等との提携を強化します。
- ③ 積極的な営業エリアの拡充を図ります。
  - ・三井ホームリモデリング直販は大都市圏中心、その他のエリアは同社FCで展開します。

(4) 商品販売事業 (三井デザインテック・ホームマテック・三井ホームカナダ)

売上高目標 119 億円 (2005 年度) ⇒ 180 億円 (2008 年度)

《インテリア商品販売》

- ① マンションモデルルーム等のデザイン提案を積極的に推進し、三井不動産および一般ディベロッパーからの受注機会を拡大します。
- ② 価格競争力の高い商品開発により受注量の拡大を図ります。

《住宅部資材販売》

- ① 設計業務・パネル建方工事・インテリア商品販売を含む販売体制を構築します。
- ② 公共施設など戸建住宅以外のマーケットに向け、高性能の構造断熱パネル「ダブルシールドパネル」の拡販を図ります。
- ③ カナダ国内におけるパネル外販事業の実施・拡販を図ります。

(5) 賃貸管理事業 (三井ホームエステート)

売上高目標 102 億円 (2005 年度) ⇒ 135 億円 (2008 年度)

期末管理戸数目標 2008 年度に 23,400 戸 (2004 年度実績比 34.8%増)

- ① 物件情報の拡大・営業体制強化などにより一般マーケットでの受託拡大を図ります。
- ② 仲介・管理会社との積極的な提携や、法人ルートの新規開拓、また IT を活用したスピーディーな物件情報の公開などにより入居者斡旋力の強化に努めます。

《管理サービスの充実》

- ① 会員制入居者専用ホームページを開設 (2005 年度下期) し、入居者の囲い込みを行い再顧客化を図ります。
- ② 賃貸住宅オーナーに対して、売買を含む所有資産の有効活用などを積極的に提案し、仲介業務の強化を図ります。

以 上

(当資料取り扱い上のご注意)

当資料に記載されている三井ホームグループの計画、戦略などは、現時点において入手可能な情報から得られた当社の経営陣の判断に基づき策定したものであり、経営環境の変動等のリスクや不確定な要因を含んでいるため、実際の業績につきましては、これら見通しと異なる可能性があります。

この件に関するお問い合わせ先

三井ホーム株式会社  
総務・広報グループ 国光・佐野 TEL : 03-3346-4649